Cannes Lions: CMO Growth Council soll kÃ¼nftig CMOs in ihrer Agenda auf der internationalen BÃ¼hne unterstÃ¼tzen

ID: LCG18131 | 20.04.2018 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort: Wirtschaft Ã–sterreich | Medieninformation

Das Cannes Lions International Festival of Creativity und die Association of National Advertisers (ANA) rufen das CMO Growth Council, bestehend aus 20 CMOs weltweit führender Marken, ins Leben.

Cannes (LCG) – Das Cannes Lions International Festival of Creativity und die Association of National Advertisers (ANA) geben die Gründung des CMO Growth Council bekannt, das sich aus 20 CMOs weltweit führender Marken zusammensetzt. Unter dem Vorsitz von **Marc Pritchard**, Chief Brand Officer von Procter & Gamble und Vorsitzender der ANA, wird das CMO Growth Council künftig als einheitliche Stimme für die Marketing-Community auftreten und diese bei ihrer internationalen Agenda begleiten. Ziel ist es, die internationale Gemeinschaft führender CMOs in einer globalen Führungsposition miteinander zu vernetzen und bei der Bewältigung gemeinsamer Herausforderungen zu unterstützen und so das Wachstum voranzutreiben.

> „CMOs auf der ganzen Welt stehen vor ähnlichen Wachstumsherausforderungen und -chancen. Der CMO Growth Council bietet eine wichtige Plattform für Kommunikationsverantwortliche aus der ganzen Welt, um zu diskutieren, zusammenzuarbeiten und Maßnahmen zu ergreifen, um die gesamte Branche voranzubringen. Ich habe große Hoffnungen in das, was wir gemeinsam erreichen können", so Pritchard.

> „Das Cannes Lions International Festival of Creativity setzt sich für den klaren Zusammenhang zwischen Kreativität und wirtschaftlichem Erfolg ein. Seit fast zwei Jahrzehnten nutzen Kommunikationsverantwortliche aus der ganzen Welt das Festival als Gelegenheit, um zu sehen, wie exzellentes Design aussieht und mehr über die Menschen hinter den großartigen Arbeiten zu erfahren. Wir freuen uns, die ANA als Partner bei dieser wichtigen Initiative zu unterstützen und mit den größten Werbekunden der Welt zusammenzuarbeiten, um die Kraft der Kreativität freizusetzen und das Wachstum voranzutreiben", so **Philip Thomas** , Vorsitzender des Cannes Lions International Festival of Creativity.

Die Zwölf-Punkte-Agenda findet sich online auf https://www.anamasterscircle.com/ home , die vollständige Liste der Council-Mitglieder wird im Vorfeld des Festivals bekanntgegeben.

Über das Cannes Lions International Festival of Creativity

Beim wichtigsten Werbe-und Kommunikationsfestival, das 1954 gegründet wurde, werden jährlich rund 40.000 Beiträge aus der ganzen Welt eingereicht und von einer hochkarätig besetzten internationalen Jury beurteilt. Die Siegeragenturen werden mit den begehrten Löwen, der globalen Benchmark für kreative Exzellenz, in neun Award-Tracks („Reach", „Comms", „Craft", „Experience", „Innovation", „Impact", „Good", „Entertainment" und „Health") ausgezeichnet. Rund 15.000 Delegierte aus rund 100 Ländern besuchen das fünftägige Festival an der Côte d'Azur, um sich bei Ausstellungen, Vorträgen, Diskussionen, Award-Shows und Networking-Events inspirieren zu lassen und international auszutauschen. Das Cannes Lions International Festival of Creativity wird ebenso wie das eurobest Festival of European Creativity, das Dubai Lynx Festival und das Spikes Asia Festival of Creativity von Ascential Events veranstaltet. In Österreich ist

die ORF-Enterprise die offizielle Repräsentanz des Cannes Lions International Festival of Creativity. Weitere Informationen auf http:// www.canneslions.com .

Über die ORF-Enterprise

Als Vermarktungstochter des ORF zeichnet die ORF-Enterprise exklusiv für die Vermarktung sämtlicher überregionaler Medienangebote des führenden österreichischen Medienkonzerns verantwortlich. Das Portfolio umfasst unter anderem vier Fernsehsender (ORF eins, ORF 2, ORF III Kultur und Information, ORF SPORT +), drei nationale Radiosender (Ö1, Hitradio Ö3, radio FM4), das Printmagazin ORF nachlese, das gesamte Digital-Angebot auf ORF.at, die ORF-TVthek sowie den ORF TELETEXT. Im Geschäftsbereich Content Sales International und Licensing und Medienkooperationen werden Content und Marken des ORF weltweit lizenziert. Die ORF-Enterprise betreibt auch den ORF-Enterprise Musikverlag sowie ein eigenes Plattenlabel. Das Unternehmen ist die nationale Repräsentanz führender internationaler Kreativfestivals wie Cannes Lions International Festival of Creativity und Veranstalter nationaler Werbepreise wie ORF-TOP SPOT, ORF-WERBEHAHN und ORF-ONWARD. Die Geschäftsführung setzt sich aus **Oliver Böhm** (CEO, Werbevermarktung) und **Beatrice Cox-Riesenfelder** (CFO, Finanzen und Administration, Musik-und Contentverwertung) zusammen. Die ORF-Enterprise ist eine 100-prozentige Tochter des ORF-Medienkonzerns und hält unter anderem Beteiligungen an der Video-on-Demand-Plattform Flimmit. Weitere Informationen auf https:// enterprise.ORF.at ,https:// contentsales.ORF.at undhttps:// musikverlag.ORF.at .

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf http:// www.leisure.at. (Schluss)